

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori Perencanaan Laba

##### 1. Perencanaan Laba

###### a. Pengertian Perencanaan Laba

Menurut Ayyubi “perencanaan laba atau yang disebut juga *profit planning*, merupakan proses pengembangan rencana operasional yang bertujuan untuk mencapai tujuan dan aspirasi Perusahaan. Profit memiliki peran penting dalam perencanaan ini karena inti dari rencana adalah mencapai profit yang memuaskan. Anggaran adalah bentuk ekspresi rencana secara *financial* dan kuantitatif. Rencana *profit* Perusahaan melibatkan anggaran operasional yang rinci serta perencanaan laporan keuangan”.<sup>37</sup>

Menurut Garrison “perencanaan merupakan langkah awal bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Perencanaan harus dibuat sebaik mungkin karena berguna sebagai acuan dan alat pengendali bagi manajemen dalam menjalankan aktivitas usahanya di masa yang akan datang. Perencanaan laba pada dasarnya merupakan perencanaan yang harus dilakukan manajemen dalam rangka mencapai tujuan, yakni mencapai laba yang diharapkan. Tahap-tahap yang dilakukan oleh organisasi bisnis untuk

---

<sup>37</sup> Muhammad Kadifa Fahrezi Achmad Fauzi, Eva Rukmayani, Gabriella Estevani, Nurmila Gumelarasati, “Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba,” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 2, no. 1 (2024): 84–85.

mencapai Tingkat laba yang diharapkan sebuah proses yang disebut perencanaan laba”.<sup>38</sup>

Perencanaan laba merupakan suatu proses strategis yang dilakukan oleh manajemen Perusahaan untuk menentukan dan mencapai target laba dalam jangka pendek maupun jangka panjang.<sup>39</sup> Proses ini melibatkan anggaran operasional yang rinci laporan keuangan. Perencanaan laba mencakup hal-hal berikut:

1. Menentukan tujuan perusahaan dan mengembangkan kondisi lingkungan agar tujuan perusahaan tercapai;
2. Menentukan tindakan agar tercapai tujuan perusahaan;
3. Menentukan langkah selanjutnya untuk menerjemahkan kegiatan yang sebenarnya;
4. Melakukan peninjauan kembali untuk memperbaiki kekurangan yang sudah terjadi;<sup>40</sup>

Perencanaan laba memerlukan alat seperti menetapkan target dan sasaran laba yang realistis serta metode yang diterapkan manajemen untuk mencapainya. Sangat penting untuk merencanakan anggaran jangka pendek yang dapat dikelola untuk mencapai tujuan pertumbuhan dan keuntungan yang diharapkan.

---

<sup>38</sup> Novan Yudi Cahyadi dan Sulistiyo “Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada CV Waringin Putih Semarang,” *Jurnal Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan* 1, no. 1 (2018): 14.

<sup>39</sup> Naning Fatmawatie, “Implementation of Break Event Point Analysis and Margin of Safety in Profit Planning” 2, no. 2 (2021): 142.

<sup>40</sup> Yanuar Lazuardi, *Akuntansi Manajemen (Sistem Dan Analisis)*. (Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2020): 95-96.

## B. Manajemen Laba dalam Perspektif Syariah

Hal pertama yang termasuk dalam kriteria manajemen syariah adalah tentang perilaku, setiap kegiatan dalam manajemen syariah diniatkan menjadi amal sholeh yang bernilai ibadah.<sup>41</sup> Makna amal sholeh tidak semata-mata diartikan perbuatan baik tetapi merupakan amal perbuatan yang berlandaskan iman dengan beberapa persyaratan seperti memiliki niat yang ikhlas karena Allah, tata cara pelaksanaannya sesuai dengan syariat, dan dilakukan dengan penuh kesungguhan. Hal kedua yang dibahas dalam manajemen syariah adalah struktur organisasi.<sup>42</sup> Keberadaan struktur organisasi yang tersusun rapi membawa pengaruh terhadap kualitas pekerjaan yang dinaungi, apabila kinerja yang ada didalamnya dapat diandalkan maka pengaturan yang ada dapat dijalankan sesuai fungsi dan dapat berjalan dengan lancar. Adanya struktur organisasi dalam islam dijelaskan dalam surah Al-An'am: 165

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ

دَرَجَاتٍ لِّيُبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ، إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَحِيمٌ

“Dan Allah SWT yang menjadikan kalian sebagai penerus umat-umat sebelumnya untuk memakmurkan bumi dan meninggikan derajat kalian dari segi fisik, rezeki, dan lainnya di atas sebagian yang lain, untuk menguji kalian di dalam karunia yang Dia berikan kepada kalian. Sesungguhnya Rabbmu-wahai Rasul-Maha pengasih.”

Hal ini menerangkan bahwa dalam mengatur kehidupan dunia peranan manusia tidak akan sama, dari segi kecerdasan manusia memiliki

<sup>41</sup> Yosy Arisandy, “Manajemen Laba dalam Perspektif Islam”. *MIZANI* 25, no. 2. (2015): 136.

<sup>42</sup>*Ibid.*, 137.

batasan. Ayat ini menerangkan bahwa kelebihan yang diberikan kepada manusia merupakan ujian dari Allah yang sesungguhnya bukan digunakan untuk kepentingan sendiri. Hal ketiga dalam manajemen syariah adalah *system*. *System* adalah mencakup seluruh kehidupan manusia dan terdiri dari aturan yang menentukan apa yang harus dan tidak boleh dilakukan seseorang yang bersumber dari Al-Quran dan Sunnah Rosul, yang menjadikan mereka berperilaku dengan cara yang benar.

Peran Allah SWT dalam manajemen segala sesuatu yang ada di bumi ini sudah difikirkan secara matang dengan mempertimbangkan segala mudharat dan maslahatnya sedangkan kemampuan ikhtiar manusiawi dalam manajemen segala sesuatu tidak bisa membandingi dengannya. Segala ikhtiar yang dilakukan oleh manusia dalam hal ini (melakukan manajemen laba). Seberapapun manusia mampu melakukan manajemen laba dengan baik, akan tetapi ketika Allah sudah menetapkan ukuran atas rezeki untuk manusia maka yang akan didapat oleh kita sesuai yang dikehendaki oleh Allah SWT maka yang dilakukan sebagai hamba ialah tetap bersyukur

Al Ghazali mengatakan bahwa segala sesuatu kegiatan yang berkaitan dengan mencari aktivitasmu amalan atau ekonomi harus dilakukan dengan baik dan sesuai dengan kaidah-kaidah yang telah diajarkan oleh Islam, Imam Al Ghazali mengklasifikasi fungsi kesejahteraan sosial yang mencakup tiga komponen pokok, yaitu memelihara (*dlaruriyat*) masalah yang bersifat sekunder (*hajjiyat*), dan kebutuhan yang tidak sampai kebutuhan *hajjiyat* (*tahsiniyat*). Pengembangan dari tiga komponen tersebut dalam rangka untuk melindungi

harta, menghilangkan kesulitan, dan profesionalisme dalam mencapai kualitas pekerjaan.<sup>43</sup>

### C. Analisis Biaya Volume Laba

#### 1. Pengertian Analisis Biaya Volume Laba

Menurut Devie Deviesa “Analisis biaya volume laba adalah suatu analisis yang dapat membantu pelaku bisnis memahami hubungan yang terjadi atas perubahan biaya dan perubahan volume penjualan terhadap perubahan laba Perusahaan”.<sup>44</sup>

Menurut Suharlina dan Nur Fajariani “Analisis biaya volume laba adalah alat yang sangat penting dalam perencanaan dan pengambilan Keputusan bisnis. Analisis BVL memfokuskan perhatian pada hubungan yang kompleks antara biaya, jumlah unit yang terjual, dan harga jual produk atau layanan Perusahaan. Informasi keuangan kunci Perusahaan dapat ditemukan dalam analisis ini”.<sup>45</sup>

Analisis biaya volume laba merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana perubahan harga jual, volume produk yang dijual, dan biaya produksi berdampak pada jumlah laba yang diperoleh untuk membantu manajemen dalam melihat kondisi tingkat output yang berubah ubah yang mempengaruhi perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi.<sup>46</sup>

Analisis BVL diterapkan dalam hal:

- 1) Penentuan harga jual;

---

<sup>43</sup> Rendi Ardika Dan Rendi Dwi Hermanto, “Penerapan Akuntansi Untuk Meningkatkan Keharmonisan Dan Kesejahteraan Keluarga Muslim,” *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting Finance* 1 (2021): 7–8.

<sup>44</sup> Devie Deviesa, *Akuntansi Manajemen Strategis & Praktis* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2019):66.

<sup>45</sup> Suharlina dan Nur Fajariani, *Akuntansi Manajemen, Ruang Karya Bersama* (Kalimantan Selatan: Ruang Karya Bersama, 2024):95.

<sup>46</sup> *Ibid.*, 30.

- 2) Penentuan jumlah unit produk baru harus dijual agar mencapai titik impas;
  - 3) Penentuan jumlah tambahan penjualan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkaann;
  - 4) Penentuan pengaruh tingkat output pada total pendapatan dan total biaya;
  - 5) Mengganti peralatan dan lain sebagainya;<sup>47</sup>
2. Asumsi pada Analisis Biaya Volume Laba

Menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba bisa menjadi instrumen penting dalam mengidentifikasi tantangan ekonomi yang dihadapi oleh perusahaan dan membantu merumuskan solusi yang tepat. Teknik ini tidak hanya fokus terhadap menentukan jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai titik impas, dimana pendapatan sama dengan biaya, tetapi juga menggali berbagai aspek lain seperti pengaruh penurunan biaya tetap pada titik impas dan pengaruh kenaikan harga terhadap laba. Dengan menggunakan analisis BVL, manajer dapat menjalankan simulasi untuk menguji bagaimana perubahan harga atau biaya akan mempengaruhi laba Perusahaan.<sup>48</sup> Asumsi-asumsi dasar itu meliputi:

- 1) Konsep tentang variabel cost dapat dipahami, sehingga biaya bisa dikelompokkan ke dalam dua kategori antara variabel dan tetap;

---

<sup>47</sup> Safrizal, *Akuntansi Manajemen ( Sistem Dan Analisis )*. (Bandung : Cv. Media Sains Indonesia, 2020):101.

<sup>48</sup> L.M Samryn, *Akuntansi Manajemen Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi & Investasi*, Edisi Pert (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2012): 172-173.

- 2) Harga jual per unit dianggap tetap ketika terjadi perubahan volume penjualan;
- 3) Produk yang dijual hanya satu jenis;
- 4) Jika analisis mencakup berbagai kombinasi produk maka *salesmix* harus tetap atau tidak berubah;
- 5) Tingkat harga umumnya stabil dalam jangka pendek;
- 6) Penyesuaian antara produksi dan penjualan menghasilkan tingkat inventaris yang tetap atau nol;
- 7) Produktivitas dan efisiensi tidak mengalami perubahan, terutama dalam jangka pendek;

Asumsi yang menjadi dasar dari analisis BVL adalah bahwa biaya dan pendapatan berperilaku secara linier sepanjang rentang kegiatan yang relevan. Perubahan dalam kegiatan merupakan satu-satunya faktor yang memengaruhi biaya dari setiap unit yang diproduksi dan dijual (tanpa ada persediaan akhir barang jadi). Ketika perusahaan menjual lebih dari jenis produk, campuran penjualan (rasio dari setiap produk terhadap total penjualan) diasumsikan tetap atau stabil.<sup>49</sup>

#### **D. Margin Kontribusi**

Menurut Mochammad Rizaldy “margin kontribusi merupakan sebuah pendapatan bersih yang mana telah didapatkan dari hasil penjualan pada tiap-tiap unit produk setelah melewati proses pengurangan biaya-biaya dalam variabel”.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> *Ibid.*,173.

<sup>50</sup> Mochammad Rizaldy Insan Baihaqqy, *Akuntansi Manajemen*, Pertama (Banyumas: Penerbit Amerta Media, 2023):30.

Margin kontribusi mencerminkan kemampuan suatu produk dalam menghasilkan keuntungan dan menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan. Ini adalah sisa pendapatan penjualan setelah dikurangi biaya variabel, yang kemudian digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Jika margin kontribusi melebihi biaya tetap, perusahaan akan menghasilkan laba, tetapi jika margin kontribusi kurang dari biaya tetap, perusahaan akan mengalami kerugian.<sup>51</sup>

Hubungan antara margin kontribusi dan perhitungan volume penjualan pada titik impas sangat erat<sup>52</sup> perusahaan dapat meningkatkan margin kontribusi dengan menerapkan berbagai kebijakan, seperti meningkatkan volume penjualan, menyesuaikan harga jual, dan mengoptimalkan struktur biaya tetap dan variabel untuk memaksimalkan margin kontribusi.<sup>53</sup> Rumus yang dapat digunakan untuk menentukan margin kontribusi adalah sebagai berikut:<sup>54</sup>

**Tabel 2.1**  
**Rumus menghitung margin kontribusi**

Margin Kontribusi = Total Pendapatan – Total Biaya Variabel
---

---

<sup>51</sup> Ulfah Setia Iswara, Teguh Gunawan Setyabudi dan Shintia Setiadewi. “Analisis Cost Volume Profit Dalam Upaya Merencanakan Laba Usaha Kopi Macro Coffe Roastery”. *Journal Of Management Small and Medium Enterprises (SME’s)* 16, no. 1. (2023): 117-118.

<sup>52</sup> Ulfa Khoirun Nisa, Mursalina dan Mohamad Bastomi. “Analisis Cost Volume Profit dalam Mengoptimalisasi Laba Pada Umkm Cilox Tata Surya”. *Manise “Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi”* 1, no. 2. (2023) : 85.

<sup>53</sup> *Ibid.*, 117-118.

<sup>54</sup> Siti Mahmudah dan Dianita Meirini, “Cost Volume Profit Analysis As A Profit Planning Instrument”, *Balance: Journal Of Islamic Accounting* 02, No.01. (2021): 36.

**Tabel 2.2**  
**Rumus menghitung rasio margin kontribusi**

$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$
---

#### **E. Titik Impas (*Break Event Point*)**

Menurut Euis Rosidah dkk “*Break event point* adalah keadaan Dimana Perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total biaya sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi.”<sup>55</sup>

Analisis titik impas (*break event point*) adalah teknik analisis yang digunakan untuk memeriksa keterkaitan antara biaya tetap, biaya variabel, laba, dan volume produksi untuk menentukan analisa titik impas (*break event point*) dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu titik dalam unit dan titik impas dalam penjualan dollar. Titik impas dalam unit bisa diartikan kuantitas unit yang diproduksi untuk mencapai laba normal, sedangkan titik impas dalam penjualan diartikan konversi dari ukuran unit yang dijual menjadi ukuran pendapatan penjualan untuk menghasilkan laba normal.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Euis Rosidah, Rina Marlina, Medina Almunawwarah, *Akuntansi Manajemen*, 1 Cetakan (Bandung: Mujahid Press, 2018):116.

<sup>56</sup>Adam Al Fatah, Agus Syarif, Firmansyah. “Analisis Penerapan Cost Volume Profit (Cvp) Dalam Meningkatkan Laba Pada Usaha GubukNenas (Studi Kasus Riset Kewirausahaan Pada Umkm Gubuk Nenas Di Desa Mendalo Darat)”.*Jurnal Dinamika Manajemen* 11, no. 1. (2023) : 28.

Untuk mencapai suatu kondisi di mana entitas tidak mencapai laba maupun kerugian, baik dalam bentuk jumlah produk maupun nilai uang, dapat menggunakan rumus BEP sebagai berikut:<sup>57</sup>

**Tabel 2.3**  
**Rumus untuk Menghitung Break Event Point Unit**

$$BEP \text{ unit} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{(\text{Harga Jual Unit} - \text{Biaya Variabel Unit})}$$

**Tabel 2.4**  
**Rumus untuk Menghitung Break Event Point Rp**

$$BEP \text{ Rp} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - (\text{Biaya variabel unit} : \text{Harga jual Unit})}$$

Manfaat analisis *break event point* dapat disimpulkan bahwa sangat berguna dalam produktivitas perusahaan sebagai pertimbangan pengambilan kebijakan yang memberikan dampak langsung antara kesinambungan perusahaan, manfaat yang diperoleh yakni bias mendesain produk, bisa menentukan harga jual per satuan, dan bisa menentukan total produksi.<sup>58</sup>

#### **F. Margin Pengamanan Penjualan (*Margin Of Safety*)**

Menurut Fadila., dkk “*Margin of safety* merupakan alat yang dapat memberikan tentang berapa besar volume penjualan yang

<sup>57</sup>Ulfa Khoirun Nisa, Mursalina, Mohamad Bastomi. “Analisis Cost Volume Profit dalam Mengoptimalkan Laba Pada Umkm Cilox Tata Surya”. *MANISE “MANAJEMEN, BISNIS dan EKONOMI”* 1, no. 2. (2023) : 85-86.

<sup>58</sup> Rumanintya Lisaria Putri, “Analisis Break Event Point Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba” *Jurnal Benefit* 4, No. 1. (2017): 44.

dianggarkan atau hasil penjualan tertentu boleh turun agar Perusahaan tidak menderita kerugian.”<sup>59</sup>

Margin pengamanan penjualan adalah selisih antara rencana penjualan dengan impas penjualan yang memberikan gambaran tentang seberapa besar penurunan penjualan yang dapat terjadi dari perkiraan penjualan agar perusahaan tetap untung. Penurunan penjualan yang melebihi *margin of safety* akan menyebabkan perusahaan mengalami kerugian.<sup>60</sup>

**Tabel 2.5**

**Rumus Menghitung Margin Of Safety**

$\text{MoS} = \text{Total Penjualan} - \text{BEP (Rp)}$ $\text{Presentase MoS} = \frac{\text{Margin Of Safety}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$
--

*Margin of safety* mengkondisikan manajemen agar menjaga tingkat penjualan yang telah dicapai, supaya tidak mengalami penurunan laba yang mengakibatkan kerugian. Apabila *margin of safety* dan *margin of safety ratio* rendah maka risiko kerugian akan semakin meningkat.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Fadila, Rafiza Rahmi, and Riswandi, “Analisis Volume Laba Terhadap Perencanaan Laba Umkm Keripik Ibu Juniza”. *Research Journal Accounting* 2, no.2. (2022): 227.

<sup>60</sup> *Ibid.*, 45.

<sup>61</sup> Mike Nur Wijayanti, “PENERAPAN COST VOLUME PROFIT ANALYSIS SEBAGAI ALAT PERENCANAAN PENJUALAN UNTUK MENETAPKAN LABA (STUDI KASUS CV. WIJAYANTI PRESS., MOJOKERTON-JAWA TIMUR)”. *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 6. no. 2. (2018): 18.